

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA P.T. JABATEX GROUP

JOHNSON – 0900810281

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh oleh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Indikator dari variabel keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, deskriptif kebutuhan umum, spesifikasi produk, permohonan dan analisis proposal, evaluasi dan seleksi pemasok, spesifikasi pemesanan rutin, dan tinjauan kinerja. Indikator dari variabel harga adalah kuantitas, distribusi produk, segmen pasar. Indikator dari variabel kualitas produk adalah daya tahan (*durability*) dan estetika/desain (*aesthetics/design*). Indikator dari variabel kualitas pelayanan adalah reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan/kepastian (*assurance*) dan *emphaty*.

Penelitian ini menggunakan statistik Parametrik. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, regresi sederhana, regresi berganda. Responden dari penelitian ini adalah konveksi (*home industry*) yang bertempat di kawasan Jembatan Lima dengan sampel sebanyak 75 responden.

Dengan bantuan *software* SPSS 16.0, secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk tidak signifikan, sedangkan kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara bersama-sama (regresi berganda) hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan sebesar 62.8% sedangkan sisanya 37.2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis diatas, beberapa saran disampaikan sebagai berikut: dari segi harga maka potongan harga dan kenaikan harga yang tidak bersaing, dari segi kualitas produk perlu dilakukan perbaikan dalam hal kualitas warna dan kenyamanan bahan, dan dari segi pelayanan perlu ada perbaikan dalam bidang komunikasi dari perusahaan kepada *customer*

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian